

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

КИСЛЫЙ
Павел Андреевич

**PR-ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
ТЕННИСИСТОВ (НА ПРИМЕРЕ ВИКТОРИИ АЗАРЕНКО,
РОДЖЕРА ФЕДЕРА И НИКА КИРГИОСА)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент П.Л. Соловьев

Допущен к защите
«__» _____ 2016 г.
Зав. кафедрой технологий коммуникации
кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 51, источников – 42, приложений – 15.

PR-ТЕХНОЛОГИИ, ИМИДЖ, МЕДИАРИЛЕЙШНЗ, PR-КАМПАНИИ, РЕКЛАМА, EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, LIFE PLACEMENT.

Объект исследования – формирование имиджа спортсмена в теннисе.

Предмет исследования – PR-технологии формирования имиджа теннисистов (на примере Роджера Федерера, Ника Киргиоса, Виктории Азаренко).

Цель исследования – выявить особенности PR-технологий в формировании имиджа теннисистов (на конкретных примерах), а также спрогнозировать тенденции их развития.

Методы исследования: общенаучный, структурный, экспертное интервью с отечественными специалистами, работающими в сфере тенниса.

В первой главе рассмотрены понятие «имидж», его сущность и составляющие. Определены особенности имиджа личности и специфика имиджа спортсмена. Выявлены факторы, влияющие на их формирование, а также систему их построения.

Во второй главе проанализированы PR-технологии формирования имиджа спортсмена в мужском теннисе. Выявлены наиболее распространённые методы и схемы построения имиджа мужчин-теннисистов. Определен спектр возможностей PR-технологий формирования имиджа игроков-профессионалов.

В третьей главе проанализированы PR-технологии формирования имиджа спортсменок в женском теннисе. Выявлены наиболее распространённые методы и схемы построения имиджа среди женщин-теннисисток. Определен спектр возможностей применения PR-технологий формирования имиджа игроков. Предпринята попытка проанализировать влияние гендерных факторов в мировом профессиональном теннисе, их роль в формировании имиджа спортсменов.

Новизна исследования заключается в анализе и обобщении работы PR-специалистов и имиджмейкеров в области работы с теннисистами, а также тем фактом, что PR-технологии формирования имиджа данных теннисистов ранее не становились предметом подробных исследований.

Кислый П.А.

РЕФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак - 51, крыніц - 42, дадаткаў - 15.

PR-ТЭХНАЛОГІІ, ІМІДЖ, МЕДЫЯРЫЛЕЙШІНЗ, PR-КАМПАНІЯ, РЭКЛАМА, EVENT-МЕРАПРЫЕМСТВЫ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, LIFE PLACEMENT.

Аб'ект даследавання - PR-тэхналогіі фарміравання іміджу тэнісістаў

Прадмет даследавання - фарміраванне іміджу тэнісістаў (на прыкладзе Вікторыі Азаранка, Роджэра Федэрэра, Ніка Кіргіоса.)

Мэта даследавання - выявіць асаблівасці PR-тэхналогій у фарміраванні іміджу тэнісістаў (на канкрэтных прыкладах), а таксама спрагназаваць тэндэнцыі іх развіцця.

Метады даследавання: агульнанавуковы, структурны, экспертнае інтэрв'ю з айчыннымі спецыялістамі, якія працуюць у сферы тэнісу.

У першай часцы разгледжаны паняцце «імідж», яго сутнасць і складнікі. Вызначаны асаблівасці іміджу асобы і спецыфіка іміджу спартсмена. Выяўлены фактары, якія ўплываюць на іх фарміраванне, а таксама сістэму іх пабудовы.

У другой часцы прааналізаваны PR-тэхналогіі фарміравання іміджу спартсмена ў мужчынскім тэнісе. Выяўлены найбольш распаўсюджаныя метады і схемы пабудовы іміджу сярод мужчын-тэнісістаў. Вызначаны спектр магчымасцяў PR-тэхналогій фарміравання іміджу гульцоў-прафесіяналаў.

У трэцяй часцы прааналізаваны PR-тэхналогіі фарміравання іміджу спартсменаў у жаночым тэнісе. Выяўлены найбольш распаўсюджаныя метады і схемы пабудовы іміджу сярод жанчын-тэнісістак. Вызначаны спектр магчымасцяў прымянення PR-тэхналогій фарміравання іміджу гульцоў. Намі таксама зроблена спроба прааналізаваць уплыў гендэрных фактараў у сусветным прафесійным тэнісе, іх ролю ў фарміраванні іміджу спартсменаў.

Навізна даследавання заключаецца ў аналізе і абагульненні працы PR-спецыялістаў і іміджмэйкераў ў галіне працы з тэнісістамі, а таксама тым фактам, што PR-тэхналогіі фарміравання іміджу дадзеных тэнісістаў раней не становіліся прадметам падрабязных даследаванняў.

Кіслы П.А.

SUMMARY

Thesis: 51 pages, 42 sources, 15 supplements.

PR-TECHNOLOGIES, IMAGE, MEDIA RELATIONS, PR-CAMPAIGNS, ADVERTISING, EVENTS, SOCIAL NETWORKS, LIFE PLACEMENT.

Object of research – PR technologies of formation of image of tennis players.

The subject of the research – formation of image of tennis players (on an example Roger Federer, Nick Kyrgiyos, Victoria Azarenka).

Research objective – to reveal features of PR technologies in formation of image of tennis players (on concrete examples), and to predict tendencies of their development.

Research methods: general scientific, structural, expert interviews with national experts working in the sphere of tennis.

In chapter 1 the concept "image", its essence and components are considered. Features of image of the personality and specifics of image of the athlete are defined. The factors influencing their formation, and also system of their construction are revealed.

In chapter 2 PR technologies of formation of image of the athlete in men's tennis are analysed. The most widespread methods and schemes of creation of image among male tennis players are revealed. The range of opportunities of PR technologies of formation of image of professional players is defined.

In chapter 3 PR technologies of formation of image of sportswomen in female tennis are analysed. The most widespread methods and schemes of creation of image among female tennis-players are revealed. The range of opportunities of application of PR technologies of formation of image of players is defined. We also made an attempt to analyse influence of gender factors in world professional tennis, their role in formation of image of athletes.

Novelty of research is in the analysis and synthesis of work of PR specialists and image makers in the field of work with tennis players, and also that fact that PR technologies of forming the image of these tennis players haven't previously become the subject of the detailed research.

Kisly P.A.
